

Synen på hållbarhet och cirkulär ekonomi i företagen i Egentliga Finland

En intervjubaserad studie

Emilia Nuottimäki

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildning: Företagsekonomi

Åbo 2022

EXAMENSARBETE

Författare: Emilia Ilta Nuottimäki

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Åbo

Inriktning: Marknadsföring

Handledare: Maria Westerlund

Titel: Synen på hållbarhet och cirkulär ekonomi i företagen i Egentliga Finland

Datum: 29.11.2022

Sidantal: 36

Bilagor: 1

Abstrakt

Klimatförändringen är en hot som berör oss alla.

Företagen har ett stort ansvar att vidta åtgärder som är hållbara och som bromsar klimatförändringen.

Cirkulär ekonomi är en utmärkt möjlighet för företag, genom vilken de kan utveckla sin affärsverksamhet och sprida sig till nya marknader.

Att minska produktion av nya produkter, utnyttja existerande råvaror och förlänga livslängden på produkter är en del av cirkulär ekonomi.

Företagen har ibland utmaningar att förändra sin affärsverksamhet till mer cirkulär och hållbar, och det är inte alltid enkelt att veta vilket stöd de behöver för att utveckla sin hållbarhet, sina cirkulära affärsmodeller eller sin koldioxidneutralitet.

Syftet med detta examensarbete var att undersöka vad synen på hållbarhet och cirkulär ekonomi i företagen i Egentliga Finland är. Undersökningen identifierade vilka utmaningar, möjlighet och behov företagen haft för att främja cirkulär ekonomi i affärsverksamheten.

Detta examensarbete har utförts inom projektet "Climate and Circular Economy Factory" i samarbete med yrkeshögskolorna Haaga-Helia, Jamk och Novia, finansierat av arbets- och näringsministeriet.

För att stödja den teoretiska referensramen, har 15 företag från Egentliga Finland intervjuats. Arbetets empiriska del består av en resultatredovisning och analysdel av företagsintervjuerna, där läsaren får en bild över hur hållbarheten och den cirkulära ekonomin ser ut för tillfället i företagen i Egentliga Finland.

Språk: svenska

Nyckelord: cirkulär ekonomi, hållbarhet, företag i Egentliga Finland

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Emilia Nuottimäki

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Turku

Suuntautumisvaihtoehto: Markkinointi

Ohjaaja(t): Maria Westerlund

Nimike: Näkemys kestävästä kehityksestä ja kiertotaloudesta Varsinais-Suomen yrityksissä

Päivämäärä: 29.11.2022 Sivumäärä: 36

Liitteet: 1

Tiivistelmä

Ilmastonmuutos on uhka, joka koskettaa meitä kaikkia. Yrityksillä on suuri vastuu toteuttaa kestäviä ja ilmastonmuutosta hidastavia toimenpiteitä. Kiertotalous tarjoaa yrityksille erinomaisen mahdollisuuden kehittää liiketoimintaansa ja laajentua uusille markkinoille. Uusien tuotteiden tuotannon vähentäminen, olemassa olevien raaka-aineiden käyttö ja tuotteiden käyttöiän pidentäminen ovat osa kiertotaloutta. Yritykset kohtaavat toisinaan haasteita muuttaessaan liiketoimintaansa kiertävämmäksi ja kestävämmäksi, eikä aina ole helppoa tietää, mitä tukea tarvitsee kestäväen kehityksen, kiertotalouden liiketoimintamallien tai hiilineutraaliuden kehittämiseksi.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Varsinais-Suomen yritysten näkemyksiä kestävydestä ja kiertotaloudesta. Tutkimuksessa tunnistettiin yritysten haasteet, mahdollisuudet ja tarpeet edistäessä kiertotaloutta liiketoiminnassa.

Tämä opinnäytetyö on tehty työ- ja elinkeinoministeriön rahoittamassa ”Climate and Circular Economy Factory”-hankkeessa yhteistyössä ammattikorkeakoulujen Haaga-Helian, Jamkin ja Novian kanssa.

Teoreettisen viitekehyksen tueksi haastateltiin 15 yritystä Varsinais-Suomesta. Työn empiirinen osa koostuu raportin tuloksista ja yrityshaastattelujen analyysistä, jotka antavat lukijalle käsityksen kestäväen kehityksen ja kiertotalouden tilanteesta Varsinais-Suomen yrityksissä tällä hetkellä.

Kieli: ruotsi

Avainsanat: kiertotalous, kestävyys, Varsinais-Suomen yritykset

BACHELOR'S THESIS

Author: Emilia Nuottimäki

Degree Programme: Business Administration, Turku

Specialisation: Marketing

Supervisor: Maria Westerlund

Title: The view on sustainability and circular economy in companies in Southwest Finland

Date: 29.11.2022

Number of pages: 36

Appendices: 1

Abstract

Climate change is a threat that affects us all. Companies have a major responsibility to take sustainable actions and slow down climate change. The circular economy is an excellent opportunity for companies to develop their business and expand into new markets. Reducing the production of new products, using existing raw materials, and extending the life of products is part of the circular economy. Companies sometimes face challenges in transforming their business to be more circular and sustainable, and do not always find it easy to know what help they need to develop their sustainability, circular business models or carbon neutrality.

The aim of this thesis was to investigate views on sustainability and circular economy in the companies of South-West Finland. The survey identified the challenges, opportunities and needs the companies had to promote circular economy in business operations.

This thesis was carried out within the project "Climate and Circular Economy Factory" in cooperation with Haaga-Helia, Jamk and Novia UAS, funded by the Ministry of Economic Affairs and Employment.

To support the theoretical frame of reference, 15 companies of South-West Finland were interviewed. The empirical part of the work consisted of a result report and analysis part of the company interviews, giving the reader a picture of what sustainability and the circular economy situation looks like at the moment in the companies of South-West Finland.

Language: Swedish

Key words: circular economy, sustainability, companies of South-West Finland

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och avgränsning	1
1.2	Problemformulering	2
1.3	Forskningsfrågor	2
2	Climate and Circular Economy Factory	2
3	Cirkulär ekonomi	3
3.1	Ellen MacArthurs riktlinjer	3
3.1.1	Göra slut på avfall och förorening	3
3.1.2	Cirkulera produkter och materia	4
3.1.3	Förnya naturen	5
3.2	Sitras fem riktlinjer	5
3.2.1	Hållbara livsmedelssystem	6
3.2.2	Skogsbaserade kretslopp	6
3.2.3	Tekniska kretslopp	6
3.2.4	Transport och logistik	7
3.2.5	Gemensamma åtgärder	7
4	Cirkulär ekonomi och hållbarhet i affärsverksamhet	7
4.1	Cirkulära affärsmodeller och strategier	8
4.1.1	Förnybarhet	8
4.1.2	Delningsplattformar	8
4.1.3	Produkt som tjänst	9
4.1.4	Förlängning av produkternas livscykel	9
4.1.5	Återvinning	9
4.2	Hållbar affärsverksamhet	9
4.2.1	Ekonomisk hållbarhet	10
4.2.2	Social hållbarhet	10
4.2.3	Ekologisk hållbarhet	10
4.2.4	Kulturell hållbarhet	11
5	Lag och krav	11
5.1	Agenda 2030	11
5.2	Den europeiska gröna given	13
5.3	Europeiska kommissionens krav och förslag	13
5.4	Understöd för cirkulär ekonomi	14
5.5	Förändringar i den rättsliga miljön	15
5.6	Certifiering och miljömärkning	15

5.7	Kundbeteende	16
6	Trender	17
6.1	Digitalisering och nätverk	17
6.2	Materialflöden	18
7	Metod	19
7.1.1	Skrivbordsundersökning	19
7.1.2	Kvalitativ intervju som metod	20
7.1.3	Intervjufrågornas uppbyggnad	21
8	Resultat	23
8.1	Utmaningar som identifierats	23
8.1.1	Lönsamhet	24
8.1.2	Marknadsföring	24
8.1.3	Utveckling av nätverk	24
8.1.4	Materialflöden	24
8.1.5	Lagstiftning och standarder	25
8.1.6	Certifiering	25
8.1.7	Green washing	25
8.2	Möjligheter inom cirkulär ekonomi	25
8.2.1	Tillväxtmöjligheter	26
8.2.2	Innovationsmöjligheter	26
8.2.3	Samarbetsforum	26
8.2.4	Person logistik	26
8.2.5	Digitalisering	26
8.3	Behov som identifierats	27
8.3.1	Utvecklingsbehov	27
8.3.2	Finansiering	27
8.3.3	Digitalisering	28
8.4	Sammanfattning av resultaten	28
9	Analys	28
9.1	Utmaningar	29
9.2	Möjligheter	31
9.3	Företagens behov	32
10	Kritisk granskning	34
11	Avslutning	34
12	Källförteckning	36

Figurförteckning

Figur 1 - Circular economy systems diagram.....	4
Figur 2 - Agenda 2030 globala målen för hållbar utveckling.....	13
Figur 3 - Material flows, EU, 2020	19
Figur 4 - Sammanfattning av resultaten	28

Bilaga

Bilaga 1 - Frågeformulär

1 Inledning

Klimatförändringen är ett globalt hot som påverkar oss alla. Små och stora företag har en viktig roll för att bromsa klimatförändringen. Företagens åtgärder som att minska energiförbrukningen och avfall eller skapa miljövänligare produkter har en stor påverkan på naturen.

I dagens läge har små och mikroföretag goda förutsättningar att bli föregångare inom hållbarhet. Företag som implementerar och uppmärksammar ekologisk och social hållbarhet är oftast attraktivare för kunder. (Hodges, 2021)

I enlighet med Autere (2019) är finländare mer hållbarhetsmedvetna än förut och anser det vara viktigt att konsumera hållbart för att stoppa klimatförändringen. Närmare 70 procent av finländarna vet att konsumtionsvanorna har en stor betydelse när det gäller att stoppa klimatförändringen och 78 procent vill leva hållbart. (Autere, 2019) Av den orsaken är det alltmer en förutsättning för företag att ha utbud av produkter och tjänster som är hållbara.

Att investera i en hållbarhetsplan är inte bara en nödvändighet för små företag utan en klok investering för framtiden, som bidrar till miljömässiga och ekonomiska vinster. (Hodges, 2021) De företag som inte kan visa att de verkar hållbart har en svagare position. Genomförandet av agenda 2030 syns i företagen, med olika krav, och det är allt viktigare inom privata sektorn att företagen verkar hållbart (Utrikesministeriet, u.d.).

Företag har inte alltid kunskap om vilka cirkulära affärsmodeller som finns och vilka lämpar sig för företagets verksamhet. Med hjälp av cirkulära affärsmodeller kan finländska företag få goda möjligheter att utveckla sin affärsverksamhet och nå ut till nya kundgrupper.

1.1 Syfte och avgränsning

Syftet med detta arbete är att ta reda på vad Egentliga Finlands företags syn på hållbarhet och cirkulär ekonomi är. Målet med undersökningen var även att identifiera utmaningar, möjligheter och behov hos företagen inom hållbarhet och cirkulär ekonomi. Läsaren kan få stöd och hjälp gällande cirkulär ekonomi och hållbarhet i affärsverksamheten, som kan öka intresse bland företagare att minska sin klimatpåverkan.

Arbetet kommer att fokusera på hållbarhet och cirkulär ekonomi hos finländska mikro-och småföretag och avgränsa sig till 15 företag i Egentliga Finland och skärgården.

1.2 Problemformulering

Företag är medvetna om hållbarhetsfrågor och flera har ett hållbarhetsprogram som de tagit i bruk. Det fattas ibland konkreta lösningar och en mer djupgående förståelse över vad hållbarhet, cirkulära affärsmodeller eller koldioxidneutralitet innebär för företagen. Företagen har ett behov att få veta konkreta åtgärder som de kan implementera i sin verksamhet, som är faktiskt hållbara.

Lineära affärsmodeller är inte bara ekologiskt ohållbara utan kommer att innebära socialt skada nu och i framtiden. I den linjära ekonomin slösas naturresurser, produkter produceras och sedan kastas produkten bort och blir avfall (Santander, 2021). Företag behöver därför känna till möjligheterna och utmaningarna som hållbara och cirkulära affärsmodeller medför. Orsaker att främja hållbarheten är inte bara kampen mot klimatförändringen utan att skydda kommande generationer. (Ataa Agency, 2020)

1.3 Forskningsfrågor

Undersökningen utgår från följande forskningsfrågor:

1. Vilka är utmaningarna med att främja hållbarhet och cirkulär ekonomi i affärsverksamheten?
2. Vilka är möjligheterna för att främja cirkulär ekonomi i företagen?
3. Vilken hjälp behöver företag gällande cirkulär ekonomi och hållbarhet?

2 Climate and Circular Economy Factory

Arbetet gjordes i samarbete med projektet "Climate and Circular Economy Factory", finansierad av arbets- och näringsministeriet. Projektet är ett samarbetsprojekt med yrkeshögskolorna Haaga-Helia, Jyväskylän ammattikorkeakoulu och Novia, som är en del av Yrkeshögskolan Novias forskning, utveckling och innovationsverksamhet (FUI).

FUI-verksamheten på Yrkeshögskolan Novia strävar att utveckla och förbättra samhället och yrkesverksamhet men även samtidigt vara en regional och nationell huvudaktör. Därför är det speciellt viktigt för Novia att göra samarbete med diverse företag, organisationer och kommuner. Novia samarbetar även med andra universitet och högskolor runt om i Finland och internationellt. (Yrkeshögskolan Novia, u.d. b)

Målsättningen med projektet "Climate and Circular Economy Factory" är att skapa ett nationellt kompetenscenter för cirkulär ekonomi sommaren 2023 och vara öppet för allmänt bruk. Målet med kompetenscentret är att stöda och hjälpa företag att utveckla företagets hållbarhet, cirkularitet eller minskning av CO2 utsläpp. Med hjälp av kompetenscentret kan speciellt mikro- och småföretag få verktyg och utbildning gällande cirkulär ekonomi. Kompetenscentret skapar också goda möjligheter för samarbete mellan studeranden och företag. (Yrkeshögskolan Novia, u.d. a)

3 Cirkulär ekonomi

Cirkulär ekonomi är ett relativt nytt begrepp inom hållbarhet, som är motsatsen till den linjära ekonomin som dominerar vår nuvarande ekonomi. Enligt stiftelsen Ellen MacArthur Foundation (u.d. b) som arbetar för att främja och påskynda cirkulär ekonomi globalt, finns det tre riktlinjer inom cirkulär ekonomi som är: "*Göra slut på avfall och förorening*", "*cirkulera produkter och materia*" och "*förnya naturen*". Sitra har utarbetat 5 riktlinjer inom cirkulär ekonomi i Finland, som kommer att redogöras för i punkt 7.2.

3.1 Ellen MacArthurs riktlinjer

3.1.1 Göra slut på avfall och förorening

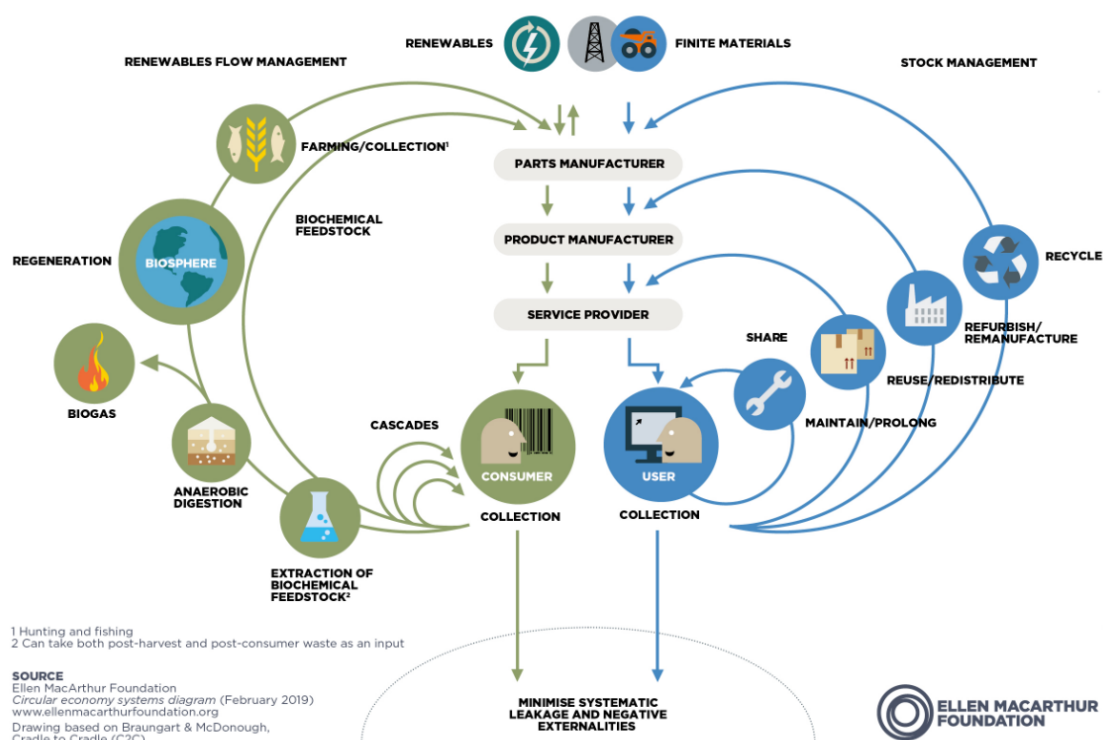
För att göra slut på avfall och förorening kan inte "slit och-släng" kulturen pågå, avfall kan inte fortsätta att hamna på soptipparna och råvaror kommer att ta slut snabbare än vad som förutspåtts. Många åtgärder kan göras redan i designfasen av en produkt för att minska avfall med en lätt tankeställare "Vad kommer att hända till produkten i slutet av dess livscykel?". I en cirkulär ekonomi kommer materialen från produkten i slutet av användningen att återanvändas, så att avfall minimeras. Det finns olika sätt att cirkulera produkter på ett fiffigt och resursenkelt sätt, som exempelvis att reparera, underhålla, återanvända eller återvinna. Likväl biobaserade produkter, som kan nedbrytas i naturen,

som kan bli till gödsel, kompostjord eller biogasbränsle, vilket i sin tur kan användas för bränsle till att producera mera mat eller materia. Därför är designfasen ett viktigt delområde i cirkulär ekonomi, för att bli av med avfall. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. d)

3.1.2 Cirkulera produkter och materia

Enligt Ellen MacArthur Foundation (u.d. c) är den andra riktlinjen inom cirkulär ekonomi att cirkulera produkter och materia, så att värdet behålls kvar i produkten och avfall minimeras.

För att konkretisera hur produkter och materia kan cirkulera visar figuren nedan två kretslopp: det biologiska och tekniska kretsloppet. I det biologiska kretsloppet cirkulerar biologiskt nedbrytbart materia, som returneras tillbaka till naturen, medan i det tekniska kretsloppet återanvänds, repareras eller återvinns produkter som kan inte returnera till naturen.



Figur 1 - Circular economy systems diagram

Till det biologiska kretsloppet hör bland annat livsmedel som kan komposteras eller biogas som produceras, som sedan används till energi och bränsle, så att det är möjligt att exempelvis odla mer. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. c)

Det tekniska kretsloppet innefattar materia som är skadligt för naturen, som går att återanvändas, underhållas, repareras eller renoveras. En tvättmaskin, som är betydligt mer värdefull än en massa komponenter och materia, går att behålla värdet på, genom att reparera eller underhålla den. Därför är det viktigt i det tekniska kretsloppet att hålla produkterna i skick för att behålla värdet på dem, så att de håller längre. Sedan när tvättmaskinen inte kan användas mer kan komponenterna av dem användas på nytt och resten av materia kan återvinnas. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. c)

3.1.3 Förnya naturen

Slutligen, den tredje riktlinjen enligt Ellen MacArthur Foundation (u.d. e), cirkulär ekonomi är att förnya naturen. När cirkulär ekonomi tillämpas alltmer, finns möjligheter att rädda klimatet och minska utnyttjandet av råvaror. Genom att odla på ett sätt som hjälper naturen att öka biologisk mångfald och återföra tillbaka materia till naturen, kan materia sparas på ett betydande sätt och inget blir förlorat. När materia kan hållas i bruk minskar då också marken som används för att skaffa jungfruliga råvaror som ger mer och mer rum till naturen. Det är allt viktigare att utnyttja mark på ett så naturvänligt sätt som möjligt, i cirkulär ekonomi innebär det att det mark som används när man skaffar material, ska göras på ett förnybart sätt.

Den tredje riktlinjen "förnya naturen" vill att fokus inte ska ligga på att göra mindre skada på naturen, fokus ska ligga på att förbättra naturen. Detta är möjligt att åstadkomma om cirkulära riktlinjerna implementeras i vår nuvarande ekonomi. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. e)

3.2 Sitras fem riktlinjer

Finlands målsättning är att vara en föregångare inom cirkulär ekonomi före 2025. Det innebär för Finland att vara öppen och ta risker både politiskt och ekonomiskt. För att Finlands ekonomi ska basera sig på en cirkulär ekonomi krävs en systemförändring, som handlar om förändring i politik och snabbare politiska åtgärder. Det krävs förståelse om

cirkulär ekonomi globalt, för att bli en föregångare. Att tänka på ett globalt sätt är nyckeln till en framgångsrik cirkulär ekonomi. (Sitra, 2016, s. 9)

Sitra har arbetat ut fem principer för att främja cirkulär ekonomi i Finland som är följande:

3.2.1 Hållbara livsmedelssystem

Målet är att skapa en ny marknad av organiska återvunna näringsämnen, minska svinn och stöda lantbrukare att använda förnybar energi. För företag innebär det att erbjuda hållbara produkter och tjänster till sina kunder alltmer, och minska på avfall och svinn så att användningen av råvaror minimeras. I tillverkningsindustrin är det meningen att förpackningen kan återanvändas och användningen av råvaror blir effektivare. Kunderna uppmuntras att välja en hållbarare livsstil med säsongbetonad mat och butikerna erbjuder diverse hållbara alternativ i sitt sortiment. (Sitra, 2016, s. 15)

3.2.2 Skogsbaserade kretslopp

För att bli ett föregångarland i biocirkulär ekonomi ska finländska trädbaserade produkter användas till deras högsta möjliga värde i stället för att öka mängden av träproduktionen. När man gör anskaffning av trädbaserade produkter uppmuntras det att köpa produkter av förnybara råvaror och trädbaserade produkter som har en mer hållbar och långvarig livscykel. Exempelvis till företag inom skogsbruk ska det bli alltmer vanligt att hyra ut maskiner, som är ett effektivt sätt att dela utrustning och minska på CO₂-utsläpp. (Sitra, 2016, s. 18)

3.2.3 Tekniska kretslopp

I det tekniska kretsloppet skall bland annat fokus ligga på att dra nytta och stärka användningen av sekundära råvaror, som till exempel bränslen och hur tolkas lagen om avfall för att göra det smidigare att få miljötillstånd av diverse ämnen. För att minimera klimatpåverkan bör sidosrömmar utnyttjas på ett mer effektivt sätt som börjar redan i design- och planeringsprocessen av en produkt, vilket har som mål att ha låga koldioxidutsläpp och noll avfall. Till företag kan detta innebära att vidareutveckla cirkulära innovationer som de sedan kan sälja vidare till andra företag. Från en marknadsföringsvinkel är det viktigt för företag att kommunicera aktivt utåt om cirkulära lösningar som de säljer. (Sitra, 2016, s. 22)

3.2.4 Transport och logistik

Logistik och transport är kärnan till framtidens cirkulära affärsmodeller, logistiken kommer att genomgå en omfattande omvandling i den cirkulära ekonomin. I Finland ska transport och logistik underlättas och utvecklas för att använda resurser och energi på ett mer effektivt och fiffigt sätt. I praktiken innebär det för konsumenten att bland annat använda kollektiv trafik, samåka eller hyra ut bil. Målsättningen till år 2025 är att öka antalet elbilar eller dylika fossilfria bilar till 50 procent. Företag har en viktig del med att uppmuntra sina arbetstagare att komma till arbetsplatsen på ett hållbart sätt och om det finns underleverantörer krävs hållbara logistiklösningar. Elbilar och biobränsle blir alltmer lockade för konsumenter i jämförelse med de fossila bränslena, från ett ekonomiskt och ekologiskt perspektiv. (Sitra, 2016, ss. 26-27)

3.2.5 Gemensamma åtgärder

För att realisera och påskynda cirkulär ekonomi i Finland krävs en uppmuntrande omgivning som får hela samhället, företag och människor att agera. Finansieringen spelar en stor roll i påskyndandet av cirkulär ekonomi, som exempelvis investeringsstöd från staten. När offentliga anskaffningar görs, är det önskvärt att varan kan delas, så att den går att hyras och så vida behöver inte varan vara någons egendom, utan den cirkulerar mellan olika människor och företag. Cirkulär ekonomi ska även undervisas i skolor och ska bli en del av vår livsstil och hur vi kan påverka kommande generationers framtid. Med hjälp av att ändra beskattningens fokus kan cirkulär ekonomi främjas mer och då stöds hållbar tillväxt. (Sitra, 2016, ss. 30-31)

För att möjliggöra en systematisk omvandling, krävs det i varje tyngdpunkt politiska lösningar och piloteringar. (Sitra, 2016, s. 34)

4 Cirkulär ekonomi och hållbarhet i affärsverksamhet

I affärsverksamhet innebär cirkulär ekonomi att använda naturliga resurser på ett effektivt och fiffigt sätt. Från andra hållbarhetsteorier skiljer sig cirkulär ekonomi på det sättet att ekonomin och ekologin är lika viktiga, det är fokus på både på den ekonomiska vinsten och vinsten till miljön, och inte tvärtom. (Laubscher & Marinelli, 2014, s. 1)

Att implementera cirkulär ekonomi i affärsverksamheten redan idag är en investering i framtiden. Företag har en betydande roll med att ta i bruk cirkulära affärsmodeller för att hantera diverse utmaningar som uppstår på grund av klimatförändringen. Det är även viktigt att hela leverantörskedjan samarbetar mot ett gemensamt cirkulärt mål för att trygga och främja samhället och ekosystem. Både små och stora företag har lika goda chanser att vara cirkulära. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. a)

4.1 Cirkulära affärsmodeller och strategier

Cirkulära affärsmodeller i EU länderna kommer att möjliggöra tillväxt och även ett bättre samarbete mellan länderna. (European Commission, 2020, s. 22) Speciellt små startup företag kan dra nytta av den cirkulära ekonomin och dess affärsmodeller, som bland annat utnyttjande av teknik, mera lojala kundrelationer och delningsekonomi. För europeiska länder innebär detta en betydlig minskning av användning av primära material. Med hjälp av cirkulära affärsmodeller kommer EU att få stopp på avfall som produceras vid konsumtion av varor. Företag kan minska överkonsumtion genom att sälja produkter som tjänster, så att företagen äger och reparerar produkten vid behov under dess hela livscykel. (European Commission, 2020, ss. 4-7)

I Finland, enligt Sitra finns det 5 olika cirkulära affärsmodeller som företag kan använda sig av för att utveckla sin nuvarande verksamhet som är:

4.1.1 Förnybarhet

I denna affärsmodell kan företag ta vara på återanvända material när en produkt produceras, och även använda sig av förnybar energi som sol-, vind- eller vattenkraft. Redan i planeringen och designprocessen av en produkt ska produktens hållbarhet, möjlighet att reparera och återanvändning tas i beaktande. (Sitra & Deloitte, 2022, ss. 11, 49)

4.1.2 Delningsplattformar

Att hyra eller dela produkter är ett sätt att öka användningsgraden av produkter. För denna affärsmodell kan en digital plattform som exempelvis en applikation, vara en god möjlighet för att få delning som en naturlig del av människors livsstil. (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11)

4.1.3 Produkt som tjänst

I stället för att äga en produkt kan produkten hyras ut som en tjänst, både företaget och kunden sparar sina pengar, då kunden inte behöver köpa en dyr produkt som används få gånger, medan företaget kan hyra ut produkten som en tjänst till flera kunder och skapa således även lojala kunder. (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11)

4.1.4 Förlängning av produkternas livscykel

I denna affärsmodell är det meningen att produkten ska hållas i bruk så länge som möjligt med hjälp av att reparera, underhålla eller tillverka en ny produkt av den föråldrade produkten. Det handlar även om att utnyttja materialen av produkten på bästa möjliga sätt som kräver kunskap om materialen i produkten redan i designfasen av produkten. (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11)

4.1.5 Återvinning

Genom återvinning kan företag få material eller energi från avfall och göra något nytt av det. Även sidoströmmar kan återvinnas och således sparas naturresurser och CO2 utsläpp minskar när nya produkter inte behöver tillverkas. (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11)

4.2 Hållbar affärsverksamhet

Enligt världskommissionen för miljö och utveckling är hållbarhet *"ekonomisk utvecklingsverksamhet som tillgodoser dagens behov utan att äventyra framtida generationers förmåga att möta sina egna behov."*

Hållbarhet i affärsverksamhet är att inte negativt belasta miljön eller samhället. Hållbarhetstänk är ingen ny trend, utan har varit en fråga som redan dök upp under 1960-talet efter andra världskriget, när oroväckande mycket farliga kemikalier och förorenande ämnen hamnade i naturen och förorsakade hälsoproblem och skada till miljön. På 1960-talet var det hållbara ekonomiska främjandet en viktig bit för att öka bland annat sysselsättning och öka välfärd bland befolkningen. I början av 1970-talet började forskare och politiker att förstå att ekonomisk tillväxt och överkonsumtion resulterade i miljöförstöring. Hållbarhet var då att förstå och bli medveten om våra handlingar som skadade naturen. Senare på 1990- och 2000-talet tog regeringar och stora företag ansvaret

att ta i bruk hållbarhets lagar och politik. (Kopnina & Blewitt, 2014, s. 6)

Hållbarhet i företag kan delas in i ekonomisk, social, ekologisk och kulturell hållbarhet. (Spiliakos, 2018)

4.2.1 Ekonomisk hållbarhet

Ekonomisk hållbarhet kan förknippas med BNP, det vill säga värdet på den totala konsumtionen. Det går också att se på ekonomisk hållbarhet som fortsatt tillväxt av den globala marknaden. Men ekonomisk hållbarhet kan även kännetecknas som resurseffektivitet, att göra mer med mindre resurser på långsikt i följd av att marknaden förändras och digitaliseras. (Kopnina & Blewitt, 2014, s. 13)

Företag som är ansvarsfulla med råvaror är sannerligen ekonomiskt hållbara. Att få vinst är viktigt, men samtidigt får inte verksamheten orsaka skada till miljön. När företag är medvetna om hur de påverkar omgivningen kan de välja mer miljövänliga råvaror som inte orsakar skada. (Kinsey, 2019)

4.2.2 Social hållbarhet

Social hållbarhet innebär att människor behandlas jämlikt och att vidta åtgärder som att minska fattigdom och skapa ett rättvist samhälle. (Kopnina & Blewitt, 2014, s. 13)

För företag handlar social hållbarhet en hel del om personalfrågor, om arbetsmetoder, säkerhet, välbefinnande, jämlikhet och en balans mellan arbete och privatliv, men det är mycket mer än det, den sociala hållbarheten stannar inte bara inne i det egna företaget, utan social hållbarhet inkluderar hela leverantörskedjan av produkten eller tjänsten. Social hållbarhet innebär bland annat att leverantörerna och underleverantörerna arbetar enligt lagstadgad arbetstid, får en anständig lön och ingen barnarbetskraft används, det vill säga, en välmående leverantörskedja. (ADEC Innovations, u.d.)

4.2.3 Ekologisk hållbarhet

Ekologisk hållbarhet handlar om att minska skadlig påverkan på naturen och bevara naturens mångfald, och en rättvist utnyttjande av naturresurser som inte skadar miljön.

Den ekologiska hållbarheten är den viktigaste hållbarhetsaspekten, och kan möjliggöra social och ekonomisk hållbarhet, och har mål att skydda framtida generationer och biologisk mångfald. (Hållbar utveckling, u.d.)

Ekologisk hållbarhet för företag handlar inte bara om att minska avfall, det handlar om att använda resurser på ett fiffigt sätt, återanvända och återvinna eller använda sig av förnybarenergi och minska avfall. Det handlar även om att titta på företagets påverkan på naturen långsiktigt. (Fáilte Ireland, 2013)

4.2.4 Kulturell hållbarhet

Denna dimension handlar om att bevara och utveckla kulturen, som till exempel bevara språk, religion, traditioner och sed. I enlighet med agenda 2030 ingår "hållbara städer och samhällen" under kulturella hållbarheten, där målet är att få trygga och hållbara städer för människor. Även hållbarhetsmålen "fred, rättvisa och god förvaltning" hör till den kulturella hållbarheten, där man bland annat respekterar andras rättigheter och främjar ett fredligt samhälle. (Sustainable development, u.d.)

I företag kan det handla om att stöda arbetstagarnas kulturella rättigheter, och se alla som en individ. En förman har en viktig uppgift att få sina anställda att känna sig hörda och sedda, som gör arbetstagarna även mer motiverade och nöjda att jobba.

Hållbarhetsarbetet har målsättningar globalt, internationellt och nationellt, och den mest betydande av dem är agenda 2030 och den europeiska gröna given som redovisas i följande kapitel.

5 Lag och krav

Både små och stora företag har hållbarhetskrav som de måste följa. I detta kapitel kommer Agenda 2030, den europeiska gröna given, EU kommissionens krav, understöd och certifiering att redovisas.

5.1 Agenda 2030

Agenda 2030 styr hållbarhetsarbetet i hela världen, som enades i FN år 2015. Det finns 17 mål i agendan som medlemsländerna ska nå innan år 2030. Agendans mål är att främja

ekonomisk, social och miljöns hållbara utveckling. (Statsrådets kansli, 2020, s. 9)

För att uppfylla målen i agenda 2030 bör FN ländernas regeringar förbinda sig att skapa landsomfattande planer för målen och sedan redovisa sin process och utveckling till FN. Det är inte enbart regeringen som ansvarar över att genomföra målen i agenda 2030. Bland annat företagen har en betydande roll med att genomföra målen. De kan medverka genom att förbättra arbetsförhållanden eller minska på sina CO2 utsläpp. (Statsrådets kasli, u.d.) Stora företag i Finland har redan tagit i bruk egna mål för hållbar utveckling och implementerat agenda 2030 målen i sin handlingsplan. (Prime Minister's Office, 2020, s. 20) Agendan har även underlättat finländska företag att engagera sig med hållbara utvecklingsmålen och allt fler företag vill tillämpa det i deras företagsverksamhet.

En del företag som är föregångare har även tagit fram vetenskapsbaserade mål för sig, där de förbinder sig till koldioxidsutsläppsminskningar eller andra hållbarhetsmål. Stora företag är aktivt med och deltar i agenda 2030 programmet, då däremot små företag har just upptäckt vilka möjligheter de har att implementera målen som en del av sin verksamhet. (Prime Minister's Office, 2020, s. 35) Globalt är Finland ett föregångarland i hållbar utveckling och har gjort stora framsteg med agenda 2030 målen, dock finns det en fjärdedel av delmålen, som Finland bör åtgärda. (Statsrådets kasli, u.d.)

Finland är även med och genomför agenda 2030 nationellt och internationellt. Speciellt prioriteras kvinnors och flickors rättigheter, främja demokrati och förvaltning. För att nå målen i agenda 2030 krävs praktiska lösningar och finansiering. Dessa lösningar är vetenskaps och innovationsbetonade och behöver stöd genom finansiering. (Utrikesministeriet, u.d.)



Figur 2 - Agenda 2030 globala målen för hållbar utveckling

5.2 Den europeiska gröna given

EU har som mål att bli klimatneutralt år 2050. Detta kräver en stor omvandling i de europeiska ländernas ekonomi och samhälle. För att alla medlemsländer ska bli rättvist behandlade, kommer länder att få stöd ekonomiskt och tekniskt. För företagen innebär det ekonomiskt stöd att investera i forskning och innovation med målet att få miljövänlig teknologi. Fonden för en rättvis omställning (FRO) ger ekonomiskt stöd till bland annat små, medelstora och nya företag för att underlätta omvandlingen till den gröna omställningen. Processen kräver sociala och ekonomiska kostnader eftersom en del företag är beroende av fossila bränslen eller har stora utsläpp. (Europeiska rådet, 2022)

5.3 Europeiska kommissionens krav och förslag

Det är allt viktigare att hållbara produkter och tjänster blir det nya normala, och målen är att så gott som alla produkter som produceras ska vara miljövänliga i EU. Det vill säga, företagen ska redan i planeringen och i produktdesign fasen skapa produkter som är hållbara, som går att reparera, återanvändas, återvinnas och är energisnåla. För åren 2022–2024 ska energieffektivitet vara högre och cirkulär ekonomi ska alltmer implementeras i energiprodukter som konsumeras. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

En annan del av kraven är att motverka ”snabbmode”, och få textilerna mer miljövänliga, som går att repareras eller hyras ut, och att arbetarna arbetar enligt lagstadgad arbetstid, får en anständig lön och ingen barnarbetskraft används. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

Företag behöver alltmer informera sina konsumenter om deras produkters hållbarhet och vara transparenta för att inte vilseleda sina konsumenter med ”green washing”. Uttrycket green washing används av företag när de påstår att marknadsföra hållbara produkter och tjänster, när de i själva verket är mycket skadliga för miljön eller omgivningen (Kopnina & Blewitt, 2014, s. 9). Konsumenter bör få veta om energianvändning i produkter, om produkten är återvunnet, hur produkten kan återvinnas eller om produkten går att reparera osv. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

Inom EU kommer det att finnas krav på hur man märker sina produkter. Om produkterna har möjlighet att repareras ska detta märkas i produkten och då får företagen en så kallad reparerbarhetspoäng. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

Målsättningarna i förordningen är att även stoppa förstöring av osålda konsumentvaror såsom elektronik, kläder och mat. Det är mycket oroväckande hur stora mängder osålda produkter som är i fint skick, skickas bort som avfall. Speciellt textilier och elektronik förstörs mer sannolikt på grund av en mycket ohållbar ”snabbmode” fenomen och e-handel. I stället ska dessa varor hållas på marknaden eller doneras. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

När upphandlingar av vissa produktgrupper görs ska obligatoriska gröna upphandlingskriterier följas. Med hjälp av detta kan företag minska användning av bland annat farliga material, förbättra sin energieffektivitet, använda sig av återvunna material och minska föroreningar. (Europeiska kommissionen, 2022, ss. 4-7)

5.4 Understöd för cirkulär ekonomi

I Finland finns ett understöd av staten som beviljas till företag som främjar cirkulär ekonomi och grön tillväxt.

I enlighet med statsrådets förordning om understöd som beviljas för främjande av cirkulär ekonomi och hållbar grön tillväxt (2020/1197) 4 § och 5 § är de företag som kan få

understödet till exempel investeringsprojekt för att skydda miljön, projekt som handlar om återanvändning av avfall, skapandet av nya digitala möjligheter eller förutsättningar för affärsverksamhetsekosystem. Företaget ska även vara beläget och inskrivet i Finland. Enligt 6 § i statsrådets förordning om understöd som beviljas för främjande av cirkulär ekonomi och hållbar grön tillväxt (2020/1197) ska företaget göra en ansökan hos Business Finland för att vara berättigad understöd, och investeringsprojektet ska ha inletts i företaget.

Utbetalningen av understödet kommer att betalas retroaktivt och utgångspunkten för företaget är att skriva en slutrapport av resultatet i projektet. Målet med stödet är att få företagen stimulerade som har ansökt om understödet. (2020/1197) 11 § och 12 § statsrådets förordning om understöd som beviljas för främjande av cirkulär ekonomi och hållbar grön tillväxt.

5.5 Förändringar i den rättsliga miljön

Det finns kommande förändringar i den rättsliga aspekten av cirkulär ekonomi som företagen behöver känna till, såsom rättsliga reformer inom byggsektorn, avfallslagstiftningens inverkan på byggbranschen och att frivilliga avtal har fått en större betydelse. (Lahtinen, 2022)

När det gäller bygg- och rivningsmaterial eller livscyklsegenskaper, har nya krav ställts på dem. Innan man får tillstånd att riva ner en byggnad eller att påbörja att bygga, så måste alltid en utredning göras av material för bygget eller det som ska rivas ner. Genom denna reform skulle företagen ha mera kunskap om material och materialflöden kunde börja cirkulera, som skulle vara bra för såväl miljön, ekonomin och industrin. När ett hus ska rivas och demonteras är tanken den att alla material ska vara möjliga att återanvändas, som komponenter eller material. (Lahtinen, 2022)

5.6 Certifiering och miljömärkning

Med hjälp av certifiering och miljömärkning kan man påverka konsumenter att köpa mer hållbara produkter och tjänster, och kommunicera till konsumenterna att produkten inte innehåller skadliga ämnen för naturen. Genom att ha ett miljömärke får företag oftast ett starkare varumärke och kan svara på konsumenternas hållbarhetskrav i produkter och tjänster. I Finland finns det flera miljömärken och de kanske mest bekanta är svanen märket

och EU-miljömärket. För att få ett miljömärke och marknadsföra produkten med det, måste företaget uppfylla de kriterier i sin produkt, som miljömärket kräver. (Ekokompassi, u.d.) Idag är det viktigare än någonsin för företag att ha ett syfte, det räcker inte bara att sälja produkter och tjänster. Smarta företagare förstår värdet av att göra skillnad. Genom att certifiera sig kan företag göra det. Att certifiera sig inom hållbarhet är mer än att bli godkänd, det är ett ansvar för att göra ändringar i sin verksamhet som har en verklig inverkan. Konsumenterna har krav och föredrar att köpa produkter och tjänster från socialt och ekologiskt ansvarsfulla företag. Med hjälp av ett miljöcertifikat får företag en bedömning om hur hållbar deras företagsverksamhet är. För att få ett miljöcertifikat bör företaget fylla alla kriterier som ett certifikat innehåller. Alla storleks företag kan ta en miljöcertifiering. (Ekokompassi, u.d.)

Konsumenternas krav är betydande gällande hållbarheten i produkter och tjänster som de konsumerar. Genom att fokusera på hållbarhetsarbete i företagen, ökar man även kundlojaliteten. I följande kapitel behandlas kundbeteende gällande hållbarhet och cirkulär ekonomi generellt och i Finland.

5.7 Kundbeteende

När produkter och tjänster designas är det otroligt viktigt att inkludera den mänskliga aspekten med, eftersom cirkulär ekonomi fungerar inte helt enkelt om människor inte är intresserade av att återvinna eller utesluter cirkulära produkter. The Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) är en internationell välgörenhetsorganisation, som har som målsättning att identifiera kundbeteende som stöder cirkulär ekonomi och också identifiera vilken typ av beteende som inte stöder cirkulär ekonomi. När man vet vilka hinder som konsumenterna möter, är det lättare att designa rätt sorts produkter och bemöta sina kunder på bästa möjliga sätt. De som undersöker konsumentbeteenden inom cirkulär ekonomi behöver få veta hur det går att göra det så enkelt och effektivt som möjligt att få konsumenterna att återanvända, dela eller hyra ut produkter eller tjänster. (European Union, 2021)

I Finland vill konsumenterna leva mera hållbart än förut och har medvetet minskat på sin konsumtion för att vara mera ansvarsfull. Även om miljömärkta produkter och tjänster är dyrare köper en tredjedel av finländarna miljömärkta produkter. De människor som är

nöjdare med sitt liv gör ofta även hållbarare inköp. Speciellt den unga generationen är mycket miljömedvetna och engagerade. De är aktiva och använder sig av delningsekonomi när det kommer till trafiktjänster.

De hållbara alternativen ska vara lockande för konsumenterna, inte bara miljövänligt.

Utlandsresor görs inte lika ofta, och finländare föredrar att spendera sin ledighet i Finland, och undviker att resa med flyg. I stället åker man med tåg och vill satsa på bil med mindre utsläpp. Resandet bland finländarna har blivit hållbarare. (Autere, 2019)

6 Trender

Omvandlingen från den linjära ekonomin till den cirkulära kräver en stor förändring i bland annat hantering av avfall. Det finns olika lösningar som förvandlar avfall till resurser, för att möjliggöra det, krävs smarta digitala verktyg och nätverk.

6.1 Digitalisering och nätverk

Det är viktigt för företag att samarbeta med andra aktörer för att främja den gröna omställningen. Nätverkande hjälper företag och aktörer att dela med sig information och kunskap. Cirkulär ekonomi handlar inte bara om innovativa lösningar, det handlar om att samarbeta med de rätta aktörerna. Redan i implementeringsfasen av cirkulär ekonomi har nätverket med intressenter en viktig roll. Att ha ett bra nätverk med lokala intressenter kan hjälpa företagen att lösa problem med hållbarhetsfrågor, och sprida kunskap om cirkulär ekonomi internt och externt. Att få ny kunskap av andra aktörer är nödvändigt, men att hitta gemensamma lösningar är väsentligt. (Ghini & Steiner, 2020, ss. 2-7)

Det är efterfrågan om kunskap inom hållbarhet, cirkulär ekonomi och digitalt kunnande nu och i framtidens arbetsmarknad. Kreativa och innovativa cirkulära ekonomilösningar skapas ofta när organisationer samarbetar med varandra. Det är därför rekommenderat att finländska företag och forskningsinstitut ska stärka sitt samarbete och dra nytta av digitala plattformar. (Miljöministeriet, u.d.)

Digitaliseringen har gett oss en mycket smidigare vardag, där vi kan beställa produkter på nätet, ordna digitala konferenser osv. För att en cirkulär ekonomi ska fungera behövs digitalisering. Ett nätverk och affärsekosystem med olika sektorer fungerar endast om det är helt digitaliserat, eftersom digitalisering underlättar arbetet i affärsekosystem i olika

länder, organisationer och diverse teknologi, och möjliggör en förverkligande av en nationell och global cirkulär ekonomi. (Miljöministeriet, u.d.)

6.2 Materialflöden

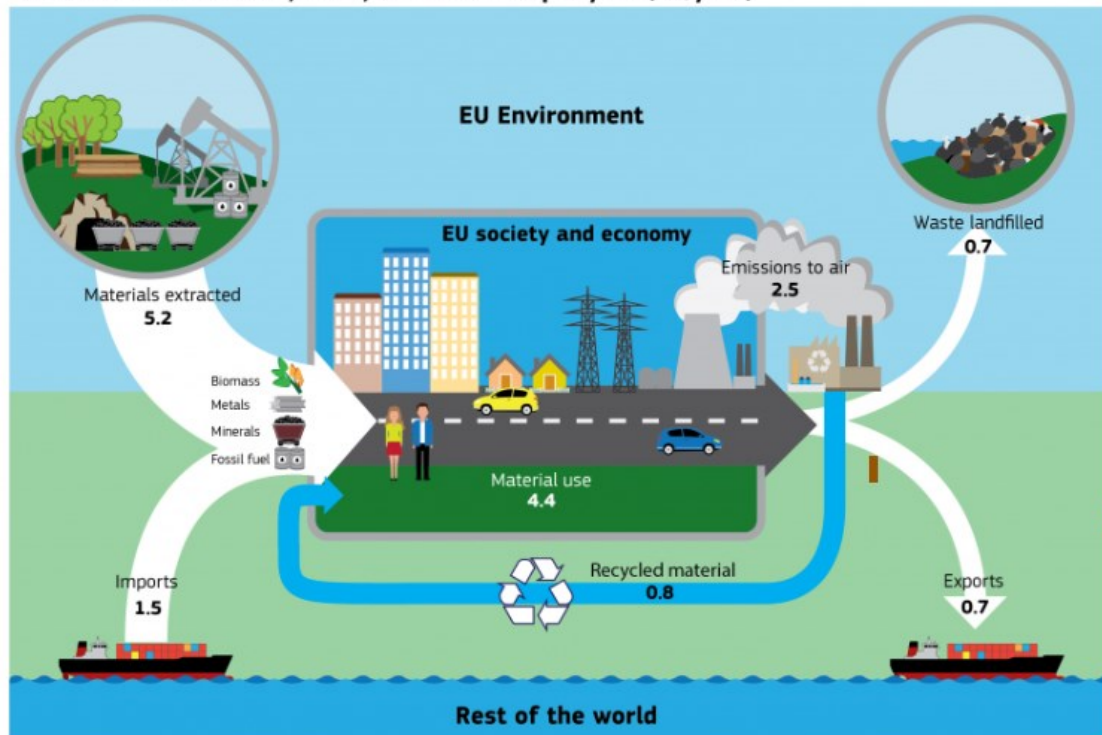
Enligt (Statistikcentralen, 2022) kan materialflöden beskrivas som material som hämtats från naturen eller material som rör sig som transport, eller omvandlas till avfall.

För att flytta sig från linjära materialflöden till cirkulära materialflöden är en väsentlig förändring i kampen mot klimatförändringen. Genom att öka på återvinning av råvaror har till exempel återvinningsindustrin en viktig roll i mera cirkulära materialflöden. Finland är på väg mot en cirkulär ekonomi som kräver ett nytt tanke sätt av både konsumenter och tillverkare av material. Nya lösningar för att avfall omvandlas till råvara ska skapas och en ökad efterfrågan på återvunnet material kommer att påskynda övergången till en cirkulär ekonomi. Digitaliseringen har tillika en betydande roll i att effektivisera cirkulation av materialflöden, där man kan lättare identifiera materialets volym, egenskaper eller lokalitet. Med hjälp av digitala applikationer är det möjligt att underlätta marknaden för återvinning av material och få lättare information om material så att det blir lättare att använda material. Speciellt inom byggbranschen underlättar digitaliseringen att använda sidoströmmar på ett effektivare och fiffigare sätt. (Motiva, u.d.)

Motiva Services Oy i Finland utvecklar en materialplattform där det kommer vara lättare att bland annat koppla ihop marknadsplatser, informationssystem och plattformar tillsammans, och ger information om material som ska användas i rätt tid och format. Plattformen ökar även efterfrågan bland avfalls och återvunnet material. Företag får hjälp med att optimera kostnaderna för hantering av material. (Motiva, u.d.)

I cirkulär ekonomi hanteras materialflöden på ett så effektivt sätt som möjligt. Bilden nedan illustrerar en förenklad överblick av EU:s materialflöden år 2020 där det går att se mängden materialanvändning, återvunnet material och material som återförs till ekonomin.

Material flows in the EU, 2020, billion tonnes per year (GT/year)



Figur 3 - Material flows, EU, 2020

I följande kapitel presenteras examensarbetets metod, där redovisas om vad som har gjorts i undersökningen och varför, hur materialet har samlats in, vilka avgränsningar som gjorts och hur materialet ska analyseras.

7 Metod

Detta examensarbete grundar sig på en kartläggning om Egentliga Finlands företags syn på hållbarhet och cirkulär ekonomi. Som metodval i arbetet användes skrivbordsundersökning och kvalitativa intervjuer med 15 finländska företag i Egentliga Finland.

7.1.1 Skrivbordsundersökning

Urvalet av 15 företag är relativt litet. För att få en mer heltäckande bild av företagens behov om att utnyttja möjligheter i cirkulär ekonomi och för att utveckla verksamheten, användes även skrivbordsundersökning som metod. Således får läsaren även en djupare förståelse om teorin bakom hållbar och cirkulär affärsverksamhet, vilka trender, lagstiftning och

finansiering det finns osv. Med hjälp av detta var det lättare att få en bild över vad allt det krävs för företagen att vara cirkulära och hållbara och vilka trender som är aktuella.

De källtyper som användes varierade från böcker, rapporter, tidskrifter och websidor. Det var viktigt att ha med olika typers källor i arbetet för att göra arbetet mångsidigare. Källorna var trovärdiga eftersom de var publicerade på större organisationers sidor, författarna till källorna var experter inom området och flera bokkällor användes. Källorna som användes var relevanta till arbetets syfte, och det fanns koppling mellan källans innehåll och arbetets frågeställningar.

7.1.2 Kvalitativ intervju som metod

En kvalitativ intervju användes för att få en insikt i företagets beteende och marknaden. För att uppskatta vilka utmaningar, möjligheter och behov företagen hade, var en kvalitativ intervju ett effektivt sätt att identifiera problem och möjligheter.

Enligt (Singh & Shareef, u.d.) är en kvalitativ intervju en metod som används i forskning där information samlas in genom en intervju med öppna frågor, för att få personlig och värdefull information av respondenten. En kvalitativ intervju kan kännas mera som ett samtal eller diskussion än att svara på frågor från ett frågeformulär. Enligt (Bryman & Bell, 2010, s. 361) prioriteras intervjuobjektens intressen i en kvalitativ intervju, medan i en kvantitativ intervju styrs intervjun av forskarens intressen.

Kvalitativa intervjuer genomfördes med sammanlagt 15 finländska företag, verksamma inom olika branscher och i olika regioner inom Egentliga Finland och skärgården. I intervjuerna deltog 5 mikroföretag, 5 småföretag, 1 mellanstor företag och 4 storföretag. Företagen verkade inom tillverkningsindustrin, turismbranschen, tjänsterproduktion, handelssektorn, hälsobranschen och byggbranschen.

För att identifiera olika behov intervjuades företag från mikro till storföretag. Intervjuerna utfördes mellan februari och april 2022.

I varje intervju deltog utöver representanten för företaget, 1–3 yrkeshögskolerepresentanter som var specialiserade inom cirkulär ekonomi eller affärsutveckling.

Informationen som samlades in under intervjuerna dokumenterades i intervjublanketten och bandades in. Inspelningen och transkriberingen var viktigt med tanke på analysdelen, för att få en förståelse över vad intervjupersonerna sade och på vilket sätt.

Vi bad företagen att ge sitt samtycke till att delta i intervjun, för att bekräfta till de intervjuade företagen om att intervjumaterialet skulle behandlas konfidentiellt och säkert, så att företag eller de individer som deltog i studien inte kunde identifieras från materialen, resultaten eller publikationer.

För att avgränsa temaområden inom utmaningar, möjligheter och behov för företagen, organiserades och kategoriserades intervjusvaren enligt temaområden i ett program som hette Flinga, där det var enklare att få en helhetsbild över vilka utmaningar, möjligheter och behov företagen hade gemensamt.

Som urval av respondenter, användes ett bekvämlighetsurval, där experterna från yrkeshögskolan Novia kontaktade finska företag som var både mikro-, små- mellan- och storföretag, verksamma inom olika branscher inom Egentliga Finland.

7.1.3 Intervjufrågornas uppbyggnad

Tillsammans med yrkeshögskolorna Haaga-Helia, Jamk och Novia utarbetades och planerades intervjufrågornas uppbyggnad, och ett frågeformulär skapades, som användes för att kartlägga bland annat företagens utmaningar, möjligheter och behov.

Målsättningarna med intervjuerna var att identifiera service och utvecklingsbehov inom cirkulär ekonomi.

Alla intervjufrågorna var öppna frågor som var delade i olika delområden. Intervjun börjades med delområden "nuvarande verksamhet".

1. Nuvarande verksamhet

Intervjun tog upp grunderna i företagets verksamhet, vad företagen gjorde, vilka var huvudprodukterna och vilka var de viktigaste kunderna. Även frågor om företagets nätverk och intressenter frågades, och hurdana tillväxtmöjligheter som företaget upplevde i sin verksamhetsmiljö de närmaste åren.

2. Cirkulär ekonomi i nuvarande verksamhet

Eftersom cirkulär ekonomi inte är en bekant term för alla företag, var det viktigt att fråga om cirkulär ekonomi eller hållbarhet beaktades i företagets verksamhet på något sätt.

Företagen med materialintensiv verksamhet frågades frågor om bland annat om utnyttjande av avfall och sidosrömmar.

Föregångarföretagen hade redan information och erfarenhet om cirkulär ekonomi. Frågorna till föregångarna handlade mera om hur och varför de satsat på cirkulär ekonomi och hållbarhet.

Det var även viktigt att identifiera genom intervjuerna vilka var föregångarnas utmaningar som de ställts inför, och hur de löst dem. Samtidigt fick man reda på vilken typ av hjälp företagen hade fått eller skulle ha behövt för att lösa utmaningarna.

För att möjliggöra en övergång till cirkulär ekonomi, är digitalisering en viktig faktor. Det var därför betydande att fråga de intervjuade företagen, vilka utmaningar som de hade ställts inför med digitaliseringen, såsom artificiell intelligens, och hur de utvecklats inom digitaliseringen.

3. Möjligheter och behov

Syftet med intervjuerna var också att identifiera företagets behov i övergången till en cirkulär ekonomi. Intervjuerna skulle identifiera även vilka möjligheter cirkulära affärsmodeller kan erbjuda företag och vilken typ av kompetens som krävs för att implementera dem.

Företagens personliga känslor frågades om cirkulär ekonomi, vad som inspirerar eller frustrerar dem, och vilka möjligheter cirkulär ekonomi ger dem.

I slutet av intervjun frågades om företagen var intresserade att samarbeta tillsammans med finländska yrkeshögskolor inom cirkulär ekonomi.

För att ta reda på företagens målsättningar, intressen och smärtpunkter, användes öppna frågor som fick intervjuobjektet att prata fritt om ämnet från ett mer djupgående perspektiv.

För att pilotera intervjublanketten, intervjuades ett studerandeföretag på yrkeshögskolan Novia, och på detta sätt prövades frågorna på lämpliga intervjuobjekt.

Intervjusvaren transkriberades för att ha möjlighet att gå tillbaka och granska intervjupersonernas svar på ett mer grundligt sätt.

Den fullständiga intervjublanketten är bifogad som bilaga i slutet av arbetet.

I nästa kapitel kommer resultatredovisningen, där den empiriska delen av arbetet presenteras.

8 Resultat

Främjandet av cirkulär ekonomi och hållbarhet var en viktig del i de intervjuade företagens värderingar. I Egentliga Finland och skärgården kunde en stor del av företagen klassificeras som föregångare inom branschen.

I de stora företagen inom industri- och livsmedelsbranschen kunde man se tillväxtpotential och ökad efterfrågan i verksamhet som främjar cirkulär ekonomi. Cirkulär ekonomi var också en märkbar del av deras kärnverksamhet.

Turismbranschens företag i skärgården var i stort sett företag som kunde kategoriseras som föregångare inom sin bransch. Cirkulär ekonomi och hållbarhet var en betydande del av deras värderingar och affärsverksamhet.

8.1 Utmaningar som identifierats

I företagen inom skärgården och Egentliga Finland var utmaningarna i cirkulär ekonomi resurs- och tidsbegränsningar, transport, green washing, attityder och utmanande lokalisering.

8.1.1 Lönsamhet

För en stor del av företagen var det dyrt att vara hållbar. Att göra på nytt sätt för första gången krävde planering och mycket resurser för företagen, och det önskades att staten kunde ekonomiskt stödja företagen i början. Cirkulär ekonomi kunde därför inte vara frågan om välgörenhet, eftersom företagen behövde få in pengar och överleva. Enligt båtbranschens företag styrde kunden deras hållbarhets agerande en del. De själva styrdes av hållbarhets agerande starkt på grund av den ekonomiska aspekten, i och med att de är en säsongsbunden bransch.

8.1.2 Marknadsföring

Inom turismbranschens små företag görs all marknadsföring själv. Det finns så mycket information, och ibland är det utmanande att överföra kunskapen till en tredje person. Inom idrottsanläggningens företag i skärgården informeras inte hållbarhetsärenden utåt. De skulle gärna förespråka sitt hållbarhetsarbete till andra företag inom branschen.

8.1.3 Utveckling av nätverk

Företag inom livsmedelsindustrin ser att det är svårt att få samarbetspartners med, eftersom de inte har tillräckliga resurser. Det finns inte färdiga handlingsmodeller och det krävs mycket arbete för att få dem att fungera.

Inom industribranschen är det svårt att hitta rätt samarbetspartner. Det finns inte svartvita lösningar på hur man kan befrämja cirkulära lösningar. Det handlar om samarbete på många plan, med beslutsfattarna från kommunen och staten.

Det är oklart om industribranschens samarbetspartners är redo att ta emot hjälp som erbjuds inom cirkulär ekonomi och om de över huvud taget förstår att dom behöver hjälp.

8.1.4 Materialflöden

I industribranschen finns det cirkulära lösningar med massor av fraktande som inte har den bästa miljöpåverkan. Komplexiteten i cirkulär ekonomi är stor.

Skärgårdens företag ansåg sorteringen av avfall vara bristfälligt. Speciellt plastsorteringen borde förbättras.

8.1.5 Lagstiftning och standarder

Inom de stora företagen i Egentliga Finland har det varit svårt att få tillstånd när det gäller avfall. Det måste alltid vara tillstånd för att använda materialet och det tar ofta en lång tid att få tillstånd. De önskar att man kunde snabba på processen att få tillstånd, eftersom detta kan vara för många användare en fördröjning och till och med ett förhinder.

De stora företagen i Egentliga Finland anser även att det är svårt att samarbeta med startup företag som är intresserade av sidoströmmar, eftersom de inte nödvändigtvis har kunskap eller kompetens inom lagstiftning. Det är således svårt att samarbeta direkt med startup företag då man inte är säker på om saker görs i enlighet med vissa ramar och lagkrav.

Inom livsmedelsindustrin och byggbranschen är kunskapen om aktörerna mycket splittrad. Det finns bristande och varierande kunskap och förståelse för lagstiftningen.

8.1.6 Certifiering

Processen att ta miljöcertifikat för mikroföretag var svår. De anser att de inte får tillräckligt stöd för att skapa förändring. En del mikroföretag har allt som behövs för certifikatet men har inte tid och resurser för att genomföra all den pappersarbete som certifieringen kräver.

8.1.7 Green washing

För en del av företagen var green washing mycket frustrerande. En mer transparent framställning av green washing skulle vara mer dynamisk och det borde lyftas fram alltmer.

8.2 Möjligheter inom cirkulär ekonomi

Företagen som intervjuades såg cirkulär ekonomi som en möjlighet för deras företag och såg möjligheter bland annat i tillväxt, innovation, samarbete, digitalisering och sidoströmmar.

Även om en del branscher inte i många avseenden är hållbara, kunde man ändå föra fram hållbarheten i verksamheten.

Kunderna ställer alltmer krav på företagen och därför ansågs det vara en fördel och möjlighet att agera som föregångare inom cirkulär ekonomi och hållbarhet.

8.2.1 Tillväxtmöjligheter

Enligt livsmedelsindustrin har växtbaserat och ansvarsfull mat många tillväxtmöjligheter. Cirkulära lösningar ansågs vara mycket viktiga, där biobaserade och diverse sidoströmmar sågs som tillväxtmöjligheter.

8.2.2 Innovationsmöjligheter

Föregångarna inom cirkulär ekonomi hade tänkt på innovationsmöjligheter inom cirkulär ekonomi. Det är bra att komma bort från sin box och dela med sig med andra om cirkulär ekonomi. I de materialintensiva branscherna var det viktigt att hitta på nya lösningar som inte krävde CO2 intensiva produkter. Turism- och restaurangbranschen ansåg att branschen är i ett brytningsskede, eftersom de ska erbjuda flera alternativ och det vegetariska alternativa skall vara exklusivt.

Föregångarna inom hälsobranschen och skogsbruk vill investera ännu mera på återanvändning av avfall och minska på detta sätt på CO2 utsläpp, och ser tillväxtmöjligheter i detta.

8.2.3 Samarbetsforum

I Skärgårdens mikroföretag inom turismbranschen fanns gott samarbete med besöksnäringen, och ett samarbetsforum ansågs vara en bra möjlighet för besöksnäringens företag.

8.2.4 Person logistik

Skärgårdens mikroföretag inom besöksnäringen samsades om transport och försöker understöda kunderna att komma med allmänna kommunikationsmedel till deras destinationer. När det fanns direkta bussturer till förbindelsebåten, då lockades kunden att lämna bilen hemma.

8.2.5 Digitalisering

En del av företagen hade kommit mycket långt med digitaliseringen, för att främja den cirkulära affärsverksamheten, medan en del av företagen var fortfarande i startgropparna.

Med hjälp av digitaliseringen kunde företagen minska på utsläpp, för både personalens och kundens synvinkel. Processen var långt automatiserad i dessa företag.

8.3 Behov som identifierats

En del företag känner inte till begreppen inom cirkulär ekonomi. Det är svårt att förstå den praktiska sanningen, och vad som man kan lita på. Mikroföretagen ville gärna ha konkret information gällande cirkulär ekonomi.

Att utbilda sin personal inom cirkulär ekonomi var en del av kompetensbehoven i företag inom hälsobranschen, båtbranschen, byggbranschen och turimbranschen.

8.3.1 Utvecklingsbehov

De utvecklingsbehov som uppkom i företag från skärgården och Egentliga Finland var varierande enligt storlek och erfarenhet inom cirkulär ekonomi.

Inom mikroföretag inom turismbranschen ville företagen själv odla mera. Små företag inom metallbranschen önskar att återanvända effektivare produkter. Enligt livsmedelsbranschens företag, skulle det vara värdefullt att ha en aktör som hade kunskap om lagstiftning, till de mindre företagen i leverantörskedjan.

Ju mindre verksamheten var desto mera hjälp behövdes utifrån.

Mikroföretagen i skärgården ville lära känna företag som satsar på cirkulär ekonomi och att det finns någon utifrån som kommer och tittar på deras verksamhet med färska och friska ögon.

8.3.2 Finansiering

Mikroföretag inom turismbranschen ville veta hur man får finansiellt stöd eftersom finansieringen har en stor betydelse innan projekt eller verksamhet startar. Båtbranschen önskar få konsultering, utbildning och finansiering till företagen.

8.3.3 Digitalisering

Mikroföretagen i skärgården önskar att det fanns en applikation där man kunde se vem som säljer ekologiska produkter. I vissa företag fanns det inte kompetens inom digitalisering, och de hade behov att utbilda sin personal mer digitalt kompetenta.

8.4 Sammanfattning av resultaten

För att sammanfatta resultaten och få en helhetsbild över vilka utmaningar, möjligheter och behov som företagen hade, gjordes följande tabell av resultaten.

Utmaningar	Möjligheter	Behov
Brist på tid och resurser	Bättre lönsamhet	Utbildning
Lönsamhet	Starkare varumärke	Hjälp med lagstiftning
Transporter	Sidoströmmar	Nätverka med andra
Brist på kunskap	Växtbaserad mat	Konsultering
Utmanande lokalisering	Samarbetsforum	Bättre platsortering i skärgården
Green washing	Person logistik	Snabba processen att få materialtillstånd
Hitta rätt samarbetspartner	Digitalisering	

Figur 4 - Sammanfattning av resultaten

9 Analys

På basen av de 15 företagsintervjuer som gjordes, skapades en överblick över olika behov som företagen behövde hjälp med. Företagen hade en varierande förståelse över

implementering och främjande av cirkulär ekonomi. Även om det fanns utmaningar inom främjandet av cirkulär ekonomi, var största delen av företagen optimistiska med de möjligheter som en cirkulär affärsverksamhet kunde bidra till, och en del hade kommit mycket långt inom hållbarhet och kunde klassificeras som föregångare.

9.1 Utmaningar

Cirkulär ekonomi är en mycket diskuterad och aktuell trend i hela världen. Cirkulär ekonomi, så som andra hållbarhets ämnen har sina utmaningar och svårigheter.

De utmaningar som företagen hade med cirkulär ekonomi var främst relaterade till tidsbegränsningar och resursfrågor, samt en utmanande lokalisering i skärgården.

Lönsamhetsfrågan togs upp under intervjuerna och vissa företag, speciellt mikroföretag ansåg det vara dyrt att vara hållbara och ansåg att de skulle ha behov av ett stöd för att arbeta på ett nytt sätt. Enligt (Youmatter, 2020) kommer den cirkulära ekonomin i längden att öka lönsamheten i företagen, som är en stor del för olika storlekar företag. Cirkulära affärsmodeller kan skapa företagen nya vinstströmmar och möjligheter, hitta nya kunder och komma ut på nya marknader, och samtidigt minska på avfalls och energikostnader. Kunderna är mer hållbarhets medvetna idag än någonsin, för att locka kunder till företaget är det en fördel att ha en hållbar eller cirkulär affärsverksamhet, som stödjer den gröna övergången.

Flera av företagen ansåg att de inte kommunicerat och marknadsfört deras hållbarhetsarbete utåt, och skulle ha intresse att förespråka det utåt, men har inte tid eller resurser att göra det. Turistbranschens företag ansåg också att det var svårt att överföra kunskapen till en tredje person, som skulle sköta om marknadsföringen.

Hållbar marknadsföring är mycket mer än att marknadsföra hållbara produkter, målet är att utbilda, inspirera och motivera kunder att agera hållbart och köpa cirkulära produkter och tjänster. Hållbar marknadsföring ska få produkterna och tjänsterna att vara attraktiva och lockande för kunderna. Företagen ska inte heller glömma bort sociala medier där de kan nå ut till gamla och nya kunder. (Story, 2019)

Även om företagens verksamhet har endast cirkulära lösningar, så påverkas miljön negativt på grund av fraktande. Transporten är ibland en utmaning. Transportering är globalt en

skadlig miljöpåverkan och förändringar kommer att göras för att minska utsläppen i hela EU, även försäljning av fordon med förbränningsmotorer ska sluta (Souza De Abreu, o.a., 2022, s. 2). Inom EU är målet att vara klimatneutralt före år 2050, som kräver stora förändringar i medlemländernas ekonomi och samhälle (Europeiska rådet, 2022). Transporteringen kommer att ha nya lösningar i framtiden och materialflöden kommer att cirkulera på ett mer hållbart sätt.

Ibland kan processen för att få tillstånd för avfallsmaterial vara långsam. Företagen med materialintensiv verksamhet hade utmaningar med fördröjningar med tillstånd för att använda material som blivit sidoströmmar. I Finland håller Motiva Services Oy och utvecklar en materialplattform, där företag kommer att ha lättare att koppla ihop marknadsplatser och få mera information om bland annat material som kan användas (Motiva, u.d.). Med hjälp av plattformen kan företag smidigare få hjälp angående material.

Idag är det alltmer viktigt för företag att certifiera sig inom hållbarhet än någonsin. Konsumenterna efterfrågar socialt och miljömässigt hållbara företag, och då bör företagen möta kundernas behov, och bevisa sitt hållbarhetsarbete genom en certifiering. När det kommer till B2B försäljning eller samarbete kan vissa företag ha krav på att endast köpa och samarbeta med företag med miljöcertifiering, då har miljöcertifierade företag ett mycket bättre utgångsläge. (TÜV NORD, u.d.) Mikroföretagen som intervjuades ansåg processen att ta ett miljöcertifikat som svår, även om de hade alla förutsättningar och jobbade på ett hållbart sätt, ansågs miljöcertifieringen inte vara möjlig att få för mikroföretag eftersom de inte hade tid eller resurser att få den. Som lösning till detta skulle mikroföretag få ett stöd av staten för att komma i gång bättre.

Green washing togs även upp under intervjuerna som en utmaning och frustration. Det finns för många aktörer som lanserar sig själva som gröna, även om det är en väldigt liten del av deras affärsverksamhets helhet. Detta frustrerar företag som jobbar med hållbarhetsarbetet på ett pedant sätt och sätter stora resurser i det. Företag som använder sig av green washing har ofta lägre priser och kan på detta sätt locka kunder med sina hållbarhetsaspekter, som egentligen inte existerar. Företag som satsar på hållbarhet kan då lätt förlora sina kunder eftersom de inte kan ha lika låga priser som de företag som påstår sig vara gröna. För att bekämpa greenwashing behövs transparens, och då bör företag på ett öppet och klart sätt kommunicera sitt hållbarhetsarbete i sin

marknadsföring, som att exempelvis berätta om hur de jobbar enligt sin miljöcertifiering och så vidare. (Worldfavor, u.d.)

9.2 Möjligheter

De möjligheter som finns inom den cirkulära ekonomin är oändliga. För företag kan det innebära lönsamhet och att spara pengar genom att mera effektivt minimera spill i sin verksamhet. Nya affärsverksamhet och tillväxt skapas, och genom att tillgodose kundernas hållbarhetsbehov stärker man lojala kundrelationer. Cirkulär affärsverksamhet förbättrar även image och varumärket av företaget. Företag som jobbar hållbart och med cirkulära frågor har även mycket nöjda arbetstagare, eftersom deras arbete är meningsfullt och detta stärker företagets attraktivitet. Finansiärer är också mer intresserade av företag som tar cirkulär ekonomi och hållbarhet på allvar, eftersom dessa företag är förberedda för klimatförändringen och de risker som uppstår på grund av det. För att försäkra en hållbar framtid, är cirkulär ekonomi också en nödvändighet och inte bara en möjlighet för företagen, för att klara sig på marknaden. (Sorasahi & Sinervo, 2019)

Företagen som intervjuades såg cirkulär ekonomi som en möjlighet för deras företag och ansåg att det fanns många tillväxtmöjligheter bland annat inom sidoströmmar och för växtbaserat och hållbart mat. En av Sitras målsättningar är att skapa ett hållbart livsmedelssystem i Finland, som innebär för företagen att erbjuda hållbara produkter till sina kunder och minska på svinn och avfall (Sitra, 2016, s. 15). Det är inte bara en möjlighet, utan ett krav för företagen att erbjuda hållbara produkter och agera hållbart. Företagen inom livsmedelsindustrin kommer därför att även se en helt ny marknad, av återvunna näringsämnen. I stället för att använda fossila bränslen ska lantbrukare och företag i framtiden använda andra förnybara energilösningar som t.ex. biogas.

Innovationsmöjligheterna skiljde sig enligt företagens storlek och bransch. Mikro- och småföretag ansåg det vara viktigt att dela med sig och lära sig av andra, och förbättra sitt utbud till en mer cirkulär och hållbar riktning. Medan de större företagen hade kommit längre och tänkt på innovationsmöjligheter och vilka lösningar som krävde inte CO2 intensiva produkter. Att nätverka med andra aktörer är både nödvändigt och fuffigt till både stora och små företag. Det är mer sannolikt att kreativa lösningar och innovationer i cirkulär ekonomi uppkommer när företag, underleverantörer och organisation samarbetar med

varandra. En digital plattform kunde hjälpa till i den processen, där det skulle vara lätt att hitta de rätta samarbetspartners. Skärgårdens mikroföretag ser som möjligheter att även samsas om transport, och uppmuntrar sina kunder att anlända till dem med allmänna kommunikationsmedel. Även små gärningar av mikroföretag bidrar positivt till den cirkulära ekonomin. Dessa företag kan inte på egen hand bli cirkulära, eftersom det kräver ett nätverk, ett så kallat affärsekosystem tankesätt behövs.

En del av företagen hade kommit mycket långt med digitaliseringen, för att främja den cirkulära affärsverksamheten, medan en del av företagen var fortfarande i startgropparna. Med hjälp av digitaliseringen kunde företagen minska på utsläpp, för både personalens och kundens synvinkel.

För föregångarna var hållbarhetslösningarna och innovationsmöjligheterna ett grund för en bättre framtid, för dem själva, deras anställda, kunder och den hela leverantörskedjan.

9.3 Företagens behov

Företagens behov varierade beroende på storlek och resurser. Cirkulär ekonomi är ett mycket brett begrepp och de cirkulära affärsmodellerna kunde tillämpas på olika sätt beroende vilken bransch företagen representerar. Därför var hållbarhetsplanen mycket unik för varje företag (Spiliakos, 2018). Att utbilda sig inom cirkulär ekonomi var viktigt för en del av de intervjuade företagen. När företag investerar och utbildar sig inom cirkulär ekonomi redan idag, har de lättare att hantera utmaningar som uppstår på grund av klimatförändringen. Både små och stora företag har goda förutsättningar att vara cirkulära. (Ellen MacArthur Foundation, u.d. a)

Sitras 5 cirkulära affärsmodeller är en bra början för företagen att bekanta sig med, för att påbörja eller främja den cirkulära ekonomin i sin affärsverksamhet. Med hjälp av cirkulära affärsmodeller kommer avfall att minimeras och när produkter säljs som tjänster kan således överkonsumtion hindras (European Commission, 2020, ss. 4-7). Speciellt företagen med materialintensiv verksamhet och sidoströmmar, kan affärsmodellen "återvinning" rekommenderas, med hjälp av denna affärsmodell kan avfall återanvändas och det går att spara på naturresurser så att nya produkter inte behöver tillverkas. (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11) Båtbranschen kunde utnyttja mera uthyrning eller delning av produkter genom affärsmodellen "delningsplattformar" och "produkt som tjänst" där båt inte skulle säljas,

utan hyras ut. Att få människor att dela som en naturlig del av deras konsumtion, där både konsumenten, företagen och naturen sparar på sina resurser (Sitra & Deloitte, 2022, s. 11).

Livsmedelsindustrins och byggbranschens aktörer har en splittrad kunskap bland förståelse för lagstiftningen. Det finns behov av hjälp i den juridiska aspekten. Byggbranschen kommer att ha förändringar i den rättsliga miljön, om bland annat bygg- och rivningsmaterial, och då bör företag vara medvetna om att före byggandet eller rivning, ska en utredning göras av material för bygget, för att veta hur cirkulära materialen är och hur det går att återanvändas osv. (Lahtinen, 2022). Dessa företag skulle ha även behov av en konsult som hade branschspecifik kunskande om lagstiftning och regleringar.

Nätverkande med andra aktörer och företag i leverantörskedjan sågs som ett behov bland företagen.

Genom att dela med sig sin kompetens bland hela ekosystemet är det lättare för den cirkulära ekonomin att blomstra.

Att ha en plattform för att skapa nätverk mellan operatörer inom cirkulär ekonomi skulle vara till stor hjälp till de intervjuade företagen. Ett bra nätverk med lokala intressenter hjälper företagen att lösa problem relaterade till cirkulär ekonomi och hållbarhet, sprida kunskap externt och internt, och skapa gemensamma lösningar tillsammans. (Ghinoi & Steiner, 2020, ss. 2-7). Enligt (Miljöministeriet, u.d.) finns det stor efterfrågan om cirkulär och digital kunskande i framtidens arbetsmarknad. Företag skapar de mest kreativa och innovativa lösningarna när de samarbetar med andra företag och organisationer, och då är det mycket rekommenderat att stärka samarbete med finländska företag och forskningsinstitut och dra nytta av digitala plattformar.

Speciellt mikroföretagen hade frågor gällande den finansiella stöden som företag kan beviljas i verksamhetens omställning till den gröna övergången. I Finland beviljas ett finansiellt understöd till företag om de främjar cirkulär ekonomi och grön tillväxt i sin verksamhet, som kan sökas genom Business Finlands hemsida. Det är ingen skillnad vilken storlek företaget är, för att få stödet. Hösten 2022 kunde företagen ansöka om investeringar gällande återvinning och återanvändning. (Business Finland, u.d.)

Gällande digitalisering hade de större företagen en automatiserad process för att minska på utsläpp. Däremot skulle mikroföretagen ha behov av en digital applikation eller bli mer digitalt kompetenta.

10 Kritisk granskning

Teoridelen och empirin hade en bra koppling överlag. Källorna som användes i arbetet var tillförlitliga, och det fanns en del icke vetenskapliga källor, eftersom cirkulär ekonomi är ett relativt nytt begrepp. Enligt avgränsningen skulle fokus ligga på mikro och små företag i Finland. I och med att cirkulär ekonomi är ett globalt ämne, användes i teoridelen både globala och finländska cirkulär ekonomi termer, för att få arbetet mera djupgående.

Eftersom arbetet gjordes i samarbete med ett större projekt kom resultaten först och sedan skulle teorin skrivas, detta var utmanande i vissa fall i skrivprocessen och behövdes funderas på en hel del med tanke på val av teori.

Arbetets validitet, det vill säga hur lätt det går att generalisera resultatet i arbetet, var det inte möjligt att dra några slutsatser på ett kvantitativt sätt eller generalisera mellan de intervjuade företagen. Undersökningen var subjektiv och arbetets målsättning var att få en översikt och kartläggning över hur situationen ser ut. Validiteten i arbetet ansågs vara högt, eftersom data har samlats in på ett systematiskt sätt, och sedan grupperades in enligt forskningsfrågorna.

Med tanke på arbetets reliabilitet, det vill säga om resultaten går att upprepas om undersökningen gjordes på nytt. Var det inte sannolikt att få samma resultat i arbetet om det gjordes en gång på nytt, det finns luckor i reliabilitet gällande hur såg företagets ekonomiska situation då, och om den rätta personen i företaget intervjuades

Slutligen svarar arbetet på forskningsfrågorna, med hjälp av relevant teori och empiri.

11 Avslutning

I dagens läge är det inte bara en nödvändighet utan ett krav för företag att vara hållbara och cirkulära. Klimatförändringen är en hot som påverkar oss alla, vi kan inte fortsätta tillämpa den linjära ekonomin dvs. slit och släng-kulturen, den ohållbara användningen av naturresurser och överkonsumera. Företagen i Finland och globalt, bör ta ansvar för både ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet i sin affärsverksamhet. Cirkulär ekonomi och hållbarhet i affärsverksamhet har stora fördelar för företag, men i vissa fall är inte alla företag medvetna om vilken hjälp de behöver.

Företagen som intervjuades hade märkbara skillnader i behovet av hjälp, både vad gäller region, företagsstorlek och bransch. Utmaningarna var främst tid och resursfrågor och en utmanande lokalisering i Skärgården. Där speciellt mikroföretagen ligger i ett underläge gällande certifiering.

För att främja den gröna övergången, fanns det ett behov av en digital plattform där företagen skulle få hjälp och stöd med företagets hållbarhet, cirkulära affärsmodeller eller koldioxidneutralitet, i form av konkret information om lagstiftning, utbildningar eller potentiella utvecklings verkstäder.

Företagen som intervjuades hade en positiv inställning till cirkulär ekonomi och de innovationsmöjligheter som medföljer med det. Möjligheter inom sidoströmmar och hållbara livsmedel, såg företag mest tillväxtpotentialer i.

Föregångarföretagen ansåg att hållbarhetslösningarna inom innovation och teknik var nödvändiga för deras framgång, deras anställda, kunder och den hela leverantörskedjans framtid.

För att Finlands ekonomi ska styras av en cirkulär ekonomi, krävs en systemförändring, som handlar om förändring i politik och snabbare politiska åtgärder. Finansieringen spelar en stor roll i påskyndandet av cirkulär ekonomi, som investeringsstöd av staten.

Denna omvandling är inte lätt, men kommer att vara värt det i slutändan, där människor, natur och ekonomi kan blomstra.

Alla måste samarbeta – regeringen, beslutfattare, samhället, företag och konsumenter, för att en framtid ska finnas till kommande generationer. (Sitra, 2016, s. 34)

12 Källförteckning

- ADEC Innovations. (u.d.). *What is social sustainability?* Hämtat från ADEC Innovations - ESG Solutions: <https://www.adeceg.com/resources/faq/what-is-social-sustainability/>
- Ataa Agency. (den 18 november 2020). *Mitä vastuullisuus tarkoittaa ja miksi se ei tällä hetkellä toteudu?* Hämtat från Ataa Agency: <https://www.ataa-agency.com/post/mit%C3%A4-vastuullisuus-tarcoittaa-ja-miksi-se-ei-t%C3%A4ll%C3%A4-hetkell%C3%A4-toteudu>
- Autere, S. (den 11 juli 2019). *Att leva hållbart är viktigt enligt finländarna – unga föregångare i klimatgärningar.* Hämtat från Sitra: <https://www.sitra.fi/sv/nyheter/att-leva-hallbart-ar-viktigt-enligt-finlandarna-unga-foregangare-i-klimatgarningar/>
- Bryman, A.; & Bell, E. (2010). *Företagsekonomiska forskningsmetoder.* Malmö: Liber Ab.
- Business Finland. (u.d.). *Investeringsstöd för cirkulär ekonomi.* Hämtat från Business Finland: <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/tjanster/finansiering/investeringsstod-for-cirkular-ekonomi>
- Ekokompassi. (u.d.). *Valintaopas: Ympäristömerkit ja -sertifikaatit yrityksille.* Hämtat från Ekokompassi: <https://ekokompassi.fi/valintaopas-ymparistomerkit-ja-sertifikaatit-yriyksille/>
- Ellen MacArthur Foundation. (Feb 2019). *The butterfly diagram: visualising the circular economy.* Hämtat från The Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy-diagram>
- Ellen MacArthur Foundation. (u.d. a). *Business and the circular economy.* Hämtat från Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/resources/business/overview>
- Ellen MacArthur Foundation. (u.d. b). *Circular economy introduction.* Hämtat från Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>
- Ellen MacArthur Foundation. (u.d. c). *Circulate products and materials.* Hämtat från The Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/circulate-products-and-materials>
- Ellen MacArthur Foundation. (u.d. d). *Eliminate waste and pollution.* Hämtat från The Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/eliminate-waste-and-pollution>
- Ellen MacArthur Foundation. (u.d. e). *Regenerate nature.* Hämtat från Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/regenerate-nature>

- European Commission. (2020). *A new Circular Economy Action Plan - For a cleaner and more competitive Europe*. Brussels: European Commission.
- European Union. (den 21 januari 2021). *Consumer Behaviour in the Circular Economy*. Hämtat från European Circular Economy Stakeholder Platform: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/news-and-events/all-news/consumer-behaviour-circular-economy>
- Europeiska kommissionen. (2022). *Om att göra hållbara produkter till norm*. Bryssel: Europeiska kommissionen.
- Europeiska rådet. (den 29 juni 2022). *Den europeiska gröna given*. Hämtat från Europeiska rådet: <https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/green-deal/>
- Eurostat. (2020). *Material flows, EU, 2020*. Hämtat från Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Circular_economy_-_material_flows#Sankey_diagram_of_material_flows
- Fáilte Ireland. (2013). *Environmental Sustainability in Business*. Dublin: State of New South Wales through NSW Trade & Investment.
- Ghinoi, S.; & Steiner, B. (2020). *The role of local stakeholders in disseminating knowledge for supporting the Circular Economy: a network analysis approach*. Helsinki: University of Helsinki.
- Hodges, J. (den 9 juni 2021). *The Role Small Businesses Can Play In Building A Sustainable Future*. Hämtat från Forbes: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/06/09/the-role-small-businesses-can-play-in-building-a-sustainable-future/?sh=2eb47b0a2da5>
- Hållbar utveckling. (u.d.). *Ekologisk hållbarhet*. Hämtat från Hållbar utveckling: <https://keke.bc.fi/Kestava-kehitys/svenska/ekologisk-hallbarhet/>
- Kinsey, A. (den 29 augusti 2019). *How Economic Sustainability Affects Your Business*. Hämtat från Bizfluent: <https://bizfluent.com/13720832/how-economic-sustainability-affects-your-business>
- Kopnina, H.; & Blewitt, J. (2014). *Sustainable Business - Key Issues*. London: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781315816586>
- Lahtinen, E. (den 22 juni 2022). *Kiertotalouden lakiympäristön tärkeimmät muutokset*. Hämtat från Rakennustekniikka: <https://www.ril.fi/fi/rakennustekniikka/teemat/kiertotalouden-lakiympariston-tarkeimmat-muutokset.html>
- Laubscher, M., & Marinelli, T. (2014). *Integration of Circular Economy in Business*. Eindhoven: Philips International B.V. Hämtat från https://www.researchgate.net/profile/Thomas-Marinelli/publication/270207909_Integration_of_Circular_Economy_in_Business/inks/54a2674e0cf257a63603867e/Integration-of-Circular-Economy-in-Business.pdf

- Miljöministeriet. (u.d.). *Innovationer, digitalisering och kompetens inom cirkulär ekonomi*. Hämtat från Miljöministeriet: <https://ym.fi/sv/programmet-for-framjande-av-cirkular-ekonomi/innovationer-digitalisering-och-kompetens-inom-cirkular-ekonomi>
- Motiva. (u.d.). *Materiaalikiertojen data-alusta ja ekosysteemi*. Hämtat från Motiva: https://www.motiva.fi/ratkaisut/materiaalitehokkuus/materiaalikiertojen_data-alusta_ja_ekosysteemi
- Prime Minister's Office. (2020). *Voluntary National Review 2020 FINLAND: Report on the Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Prime Minister's Office. Hämtat från <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-947-9>
- Santander. (den 15 september 2021). *Linear and circular economies: What are they and what's the difference?* Hämtat från Banco Santander S.A.: <https://www.santander.com/en/stories/linear-and-circular-economies-what-are-they-and-whats-the-difference>
- Singh, H., & Shareef, S. (u.d.). *Qualitative Interview: What it is & How to conduct one*. Hämtat från QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/qualitative-interview/>
- Sitra & Deloitte. (2022). *Kestävää kasvua kiertotalouden liiketoimintamalleista*. Helsinki: Sitra.
- Sitra. (2016). *Kierrolla kärkeen*. Helsinki: Sitra.
- Sorasahi, H., & Sinervo, R. (den 16 maj 2019). *Yritysten kassavirrat pulppuavat jatkossa kiertotaloudesta*. Hämtat från Sitra: <https://www.sitra.fi/artikkelit/yritysten-kassavirrat-pulppuavat-jatkossa-kiertotaloudesta/>
- Souza De Abreu, V., Gonzalez Da Costa, M., Xavier Da Costa, V., Faria De Assis, T., Souza Santos, A., & de Almeida D'Agosto, M. (2022). *The Role of the Circular Economy in Road Transport to Mitigate*. Basel: MDPI.
- Spiliakos, A. (den 10 oktober 2018). *What does "sustainability" mean in business?* Hämtat från Harvard Business School: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-sustainability-in-business>
- Statistikcentralen. (den 5 april 2022). *Materialflöden i samhällsekonomin*. Hämtat från Statistikcentralen: https://www.tilastokeskus.fi/til/kanma/meta_sv.html
- Statsrådets förordning om understöd som beviljas för främjande av cirkulär ekonomi och hållbar grön tillväxt. (den 30 december 2020). *2020/1197*. Hämtat från Finlex: <https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2020/20201197>
- Statsrådets kansli. (2020). *Statsrådets redogörelse om det globala handlingsprogrammet Agenda2030 för hållbar utveckling : Mot ett klimatneutralt välfärdssamhälle*. Statsrådets kanslis publikationer 2020:11. Hämtat från <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-921-9>
- Statsrådets kasli. (u.d.). *Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling*. Hämtat från kestavakehitys.fi: <https://kestavakehitys.fi/sv/agenda20301>

- Story, J. (den 23 oktober 2019). *Smart Insights*. Hämtat från What is sustainable marketing and how should you use it?: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-positioning/sustainable-marketing-how-should-you-use-it/>
- Sustainable development. (u.d.). *Cultural Sustainable Development*. Hämtat från Sustainable development: <https://keke.bc.fi/Kestava-kehitys/english/cultural-sustainable-development/>
- TÜV NORD. (u.d.). *Miljöcertifiering bevisar och stärker verksamhetens miljöhänsyn*. Hämtat från TÜV NORD: <https://www.tuv-nord.com/se/se/fraan-a-till-oe/miljoecertifiering/>
- Utrikesministeriet. (u.d.). *Agenda 2030 – de globala målen för hållbar utveckling*. Hämtat från Um.fi: <https://um.fi/agenda-2030-de-globala-malen-for-hallbar-utveckling>
- Worldfavor. (u.d.). *How greenwashing can be avoided through transparency*. Hämtat från Worldfavor: <https://blog.worldfavor.com/how-greenwashing-can-be-avoided-through-transparency>
- Youmatter. (den 21 februari 2020). *Circular Economy: Definition, Principles, Benefits And Barriers*. Hämtat från Youmatter: <https://youmatter.world/en/definition/definitions-circular-economy-meaning-definition-benefits-barriers/>
- Yrkeshögskolan Novia. (u.d. a). *CCEF - Climate & Circular Economy Factory*. Hämtat från Novia.fi: <https://www.novia.fi/forskning/fui/specialkunnande/affarsutveckling/projekt-inom-affarsutveckling/ccef-climate-and-circular-economy-factory>
- Yrkeshögskolan Novia. (u.d. b). *Forskning, utveckling och innovation*. Hämtat från Novia.fi: <https://www.novia.fi/forskning/fui>

Bilaga 1

NUVARANDE SITUATION

Nuvarande verksamhet	Svar
Vad gör ni? Vilka är era huvudprodukter?	
Vilka är de viktigaste kunderna?	
Vilken typ av nätverk arbetar ni i?	
Var ser ni tillväxtpotentialer?	

Den cirkulära ekonomin i den nuvarande verksamheten	Svar
Enligt dig, hur ser cirkulär ekonomi ut? i korthet	
Nu när vi tänker på dessa frågor om cirkulär ekonomi och till exempel på behovet av att minska koldioxidavtrycket, vilka funderingar har ni haft om detta, vilka planer/åtgärder är på gång?	
Vilka är miljökraven? <ul style="list-style-type: none"> • ägare / finansiärer • personal • kunder • konkurrenter • Samhället (lagstiftning, andra krav) 	
Beaktas miljön vid upphandling av (material/produkter)? När det gäller sektorn för upphandling/materialintensiv verksamhet: <ul style="list-style-type: none"> - Utnyttjande av sidoströmmar - Utnyttjande av svinn 	
Digitalisering: Hur har ni utnyttjat data, digitalisering / artificiell intelligens?	

Den cirkulära ekonomins utmaningar för pionjärföretag	Svar
Vilka utmaningar har företaget haft?	
Var era utmaningar relaterade till att: <ul style="list-style-type: none"> • Utveckla er verksamhet? • Partnerskap? • Kunder? • Verksamhetsmiljö? 	
Vilken hjälp har företaget behövt?	
Har företaget fått hjälp? Varifrån?	

FRAMTIDEN

Branschförändringar och möjligheter	Svar
Hur kommer er bransch att förändras?	
Vilken typ av förändringar kräver det? Vilka är möjligheterna?	

Möjligheter och hinder för den cirkulära ekonomin	Svar
Vilka möjligheter finns det för ert företag i den cirkulära ekonomin?	
<p><u>Ytterligare frågor om det behövs:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Utnyttjande av avfall och sidoströmmar • Minskad användning av råvaror/material • Reparation av produkter och förlängning av deras livslängd • Produkten som en tjänst, dvs. den skulle inte köpas som eget utan säljas som en tjänst. • Återanvändning av produkter eller delar av produkter • Användning av delningsplattformar • Nya affärsområden 	
Ser ni affärsmöjligheter för nätverksbaserat samarbete/öppen innovation i ekosystem?	
Vilka är utmaningarna med att utnyttja data/AI/digitalisering? Vilka möjligheter ser ni?	
<p>Vilka är hindren/svårigheterna/begränsningarna för övergången till en cirkulär ekonomi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ditt eget företag • Kunder • Underleverantörer • Andra intressentgrupp 	

PERSONLIGA KÄNSLOR

Bekymmer, frustrering, entusiasm	Svar
Vad har du för bekymmer/oro när det gäller att främja den cirkulära ekonomin och den gröna övergången?	
Vad inspireras ni av i cirkulära ekonomin?	

KOMPETENSCENTRET FÖR CIRKULÄR EKONOMI

KOMPETENS OCH DEN IDEALA SITUATIONEN	Svar
Vilka färdigheter saknas i ert företag/nyckelaktörer i den gröna övergången?	
I slutet framtidsvisioner: Vilken typ av kompetenscentrum för cirkulär ekonomi skulle bäst tjäna ditt företag?	
Idealisk situation för era intressenter	

SAMARBETE

SAMARBETE	Svar
Är du intresserad av att utveckla aktiviteter inom cirkulär ekonomi i samarbete med yrkeshögskolor?	